

«Коллекция должна быть большой и разнообразной, а цены низкими...»



**Интервью с директором ООО «Елизавета»
Леонидом Филимоновым**



В нынешнем году тихие воды давно устоявшегося рынка православных изделий из серебра с золочением всколыхнуло появление нового участника: ювелирная производственная компания «Елизавета» представила свою новую коллекцию крестов и образков. В появлении этой коллекции не было бы ничего особенного (сейчас подобные изделия, начинают лить многие, если бы ее выпустил кто-то другой. Но петербургская компания «Елизавета» — не новичок на ювелирном рынке и хорошо известна широчайшей дилерской сетью, низкими ценами и способностью в короткие сроки наполнить рынок новыми моделями высокого качества. Появление такого конкурента не могло не взволновать ювелиров, работающих с православным ассортиментом. Последовали высказывания о дешевых подделках, «духовных муляжах» и призывы к продавцам не брать изделия у «бездуховных» производителей с широким ассортиментом и низкими ценами.

Владелец и директор ООО «Елизавета» Леонид Филимонов на все это имеет свою точку зрения и готов ее отстаивать. Он убежден, что коллекция должна быть большой, цены низкими, а качество высоким. А если кто-то работает по-другому, то только из желания поменьше вкладывать и побольше получать. Для покупателя позиция Леонида Филимонова представляется очень привлекательной. Но уж больно она «небуржуазная». Какая выгода от этого владельцу? А может быть, эти низкие цены — это результат эксплуатации дешевого труда гастарбайтеров? С этих вопросов мы и начали разговор с директором ООО «Елизавета».

— Насчет дешевого труда гастарбайтеров — это, конечно, полная ерунда, потому что ювелирное производство нуждается в высококвалифицированных рабочих. И заработная плата такого специалиста в Петербурге везде примерно одинакова.

А по поводу выгоды — с удовольствием поговорю.

Недавно мы ездили на ювелирную выставку в Америку. Там проходил огромный международный форум в Лас-Вегасе, на котором были представлены самые разные производители: от стран Азии до знаменитых европейских и американских брендов. И знаете, что больше всего нас поразило? Фантастическое качество и такая же фантастически низкая цена. Например, изделия из серебра стоили не больше шестидесяти рублей за грамм! Самые звучные брендовые вещи продавались в разы дешевле, чем любое изделие на нашей ювелирной выставке. При этом уровень дизайна и технического исполнения несопоставимы. Ну почему так? Почему наши люди, которые получают в десятки раз меньше среднестатистического американца, должны покупать все во столько же раз дороже? Тем более если речь идет о кресте или иконе. Для верующего человека — это не предмет роскоши, а жизненная потребность. И что плохого в том, что человек хочет иметь не любой, а именно красивый крест? Ведь чувство красоты и стремление к ней в каждом из

нас от Бога. В конце концов, почему проповедь нестяжания у нас всегда направлена в одну сторону? Может производителю тоже стоит быть более скромным и зарабатывать не за счет увеличения отпускной цены, а как во всем цивилизованном мире, за счет роста объема продаж?

Я всю жизнь выпускаю только православные изделия, и мне, например, вопрос цены на мою продукцию всегда представлялся принципиально важным. Я убежден, что православный человек не должен смотреть на церковные прилавки как на музейные витрины! Конечно, сделать достойную модель с низкой себестоимостью довольно сложно. Но это возможно, и в первую очередь за счет усовершенствования технологических процессов. На американской выставке я лишний раз убедился, что работаю в правильном направлении.

— Вы действительно так беспокоитесь о покупателях? А конкуренты, которых Вы можете обанкротить своими ценами, Вас не волнуют?

— Наверное, для нашего «дикого капитализма» это прозвучит не очень убедительно, но я действительно переживаю за покупателей, вернее, за людей, которые

сейчас вынуждены коптить по крохам на понравившуюся вещь и при этом ограничены в выборе. А по поводу банкротства конкурентов... Я думаю, что наш рынок серебра с позолотой застоялся. И в основе этого застоя — неуважение к покупателям. Производители не хотят работать над новыми идеями, новыми технологиями, но при этом постоянно повышают цены. А в тех странах, где ювелирный рынок выстроился очень давно и производители привыкли существовать в условиях жесткой конкуренции, все работает за очень маленькие деньги, я имею в виду процент прибыли, и делают упор на качество и разнообразие ассортимента.

Не я, так кто-нибудь другой все равно должен встряхнуть российский рынок православных ювелирных изделий. Рано или поздно, но ему придется прийти к мировым ценам на ювелирную продукцию и начать развиваться не за счет завышенной стоимости, а за счет расширения ассортимента и постоянного технического переоснащения. Глядя на Америку, можно прогнозировать то, что будет у нас в недалеком будущем.

— Но для создания новых моделей требуется время. Вы же создаете производство ювелирного искусства, штучный товар... Тем более если речь идет о кресте или иконе, которые должны стать личной святыней для человека. А Вы говорите о необходимости расширения ассортимента... И может быть, высокая цена — это один из факторов, который заставляет бережнее относиться к купленному изделию?

— Знаете, верующий человек и к аллюминиевому кресту будет относиться бережно. А что касается цены, то, поверьте, в провинции, где шесть тысяч рублей считается хорошей зарплатой, и наши цены кажутся высокими. И потом, о каком штучном товаре мы говорим? Все, что

сейчас продается, — это литье, серийное производство, имеющее многотысячные тиражи. Уверяю Вас, технология у всех производителей одинаковая: художник создает модель, потом она вырезается на станке, режет — вручную, резинится, воскуется и отливается. Широко ручной труд используется только на последних этапах, когда изделие проходит шлифовку, полировку, золочение и чернение. Как Вы, наверное, заметили, произведение искусства рождается только на начальном этапе, когда воплощается идея, — художники и скульпторы создают модель. Все остальное — стандартный производственный процесс, результат которого определяется только качеством оборудования и квалификацией мастеров. Если у меня работают несколько художников, то и ассортимент будет широким и разнообразным, при этом каждое изделие будет произведением искусства. Конечно, хороших художников, да еще православных, найти сложно, но возможно: талантливые люди у нас, слава богу, еще есть.

— Ну что же нового можно придумать в православной тематике? Крест всегда остается крестом, а икона — иконой...

— Знаете, в музыке ведь тоже всего семь нот... Создание новой модели — это как рождение мелодии: ноты все те же, а звучат по-новому. И разнообразить можно не только форму изделий. У нас, к примеру, пока плохо используются богатейшие технологические возможности ювелирного производства. Если один и тот же крест выполнить в разных материалах и по-разному обработать, то он и смотреться будет как два разных изделия. Кроме того, у нас на рынке наряду с золотом и серебром мало представлены другие металлы. К примеру, платина и палладий почти отсутствуют. А в США мы видели потрясающе красивые вещи, в которых использовались возможности этих материалов. Там вообще просто кусок металла, как у нас,

никто не продает. Это неприлично. Все производители стараются комбинировать материалы, по-разному обрабатывать поверхности, разнообразить ювелирные вставки.

— Да, действительно, поле деятельности Вы обозначили широкое. Но давайте все-таки вернемся к самому большому вопросу — ценообразованию. В народе бытует мнение, что дешевое серебро только у тех, кто льет из некачественного металла, уходит от налогов, не платит зарплаты...

— В ювелирной отрасли этого сделать почти невозможно. Как только я покупаю в банке слиток, за всеми моими расходами и доходами начинают следить сразу три контролирующие организации: пробирная и налоговая инспекции и отдел финансового мониторинга. Конечно, есть и такие производители, которых Вы описываете, но они себя не рекламируют. Они даже на бирках своего названия не указывают, потому что работают с «левым» металлом, клеймо и проба на изделиях, соответственно, у них тоже «левые». А ООО «Елизавета» на последней Международной выставке JUNWEX 2011 получила диплом «Лидер отрасли» от Союза ювелиров. То есть по итогам 2009 и 2010 годов у нас оказался самый высокий объем производства и продаж по Северо-Западу. Подобную информацию Союз ювелиров получает только в Пробирной палате. Так что у нас все прозрачно и честно. И цена абсолютно обоснованная.

Заканчивая разговор, хочу еще раз повторить: я уверен, что будущее за теми компаниями, которые сейчас сделают ставку на большой ассортимент, технологическое разнообразие, богатство используемых материалов, высокое качество и низкую цену. По-моему, к пониманию того, что это выгодно, приходят все производители во всем мире, и не только в ювелирной отрасли.